



Aalborg Universitet

**AALBORG UNIVERSITY**  
DENMARK

## **Effektregnskab for projektet ”Rubjerg Knude – formidling af naturen gennem edutainment og sansning”**

Mark, Stine

*Publication date:*  
2012

*Document Version*  
Tidlig version også kaldet pre-print

[Link to publication from Aalborg University](#)

*Citation for published version (APA):*

Mark, S. (2012). *Effektregnskab for projektet ”Rubjerg Knude – formidling af naturen gennem edutainment og sansning”*. Institut for Læring og Filosofi, Aalborg Universitet.

### **General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

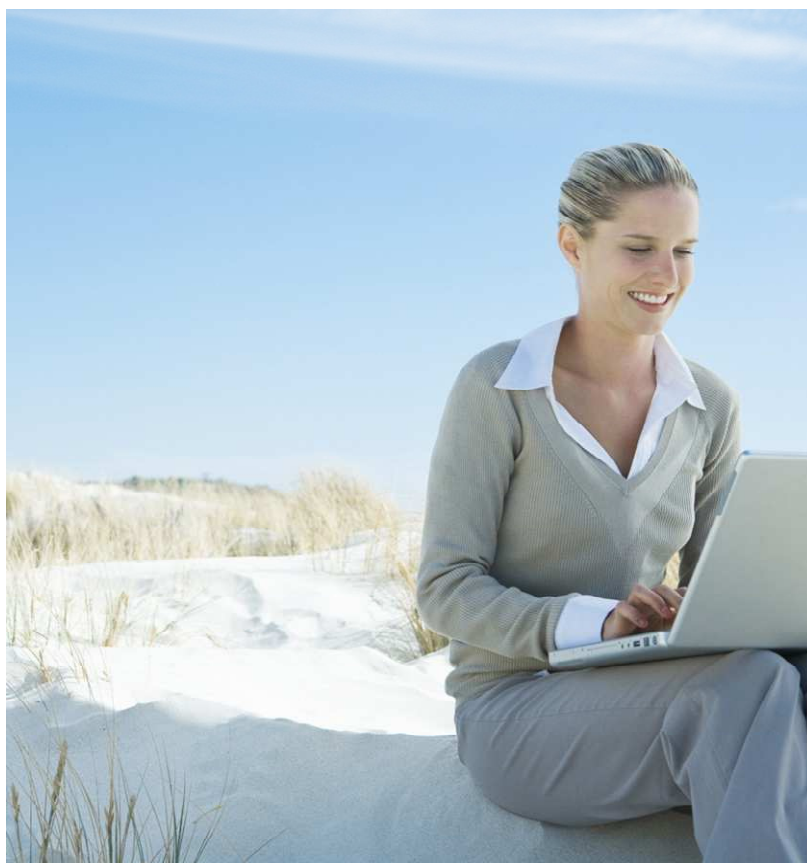
- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

### **Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact us at [vbn@aub.aau.dk](mailto:vbn@aub.aau.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

# 2012

## Effektregnskab for projektet "Rubjerg Knude – formidling af naturen med edutainment og sansning"



AALBORG UNIVERSITET

Effektregnskab for projektet "Rubjerg Knude – formidling af naturen gennem edutainment og sansning"

Forskningsrapport · 30 · 2012

© 2012 Institut for Læring og Filosofi og Stine Mark

ISBN 978-87-91543-93-7 (e-book)

Rapporten er udarbejdet for KulturarvNord og Vendsyssel Historiske Museum & Historisk Arkiv

Udgivet af

Institut for Læring og Filosofi  
Aalborg Universitet  
Sohngaardsholmsvej 2  
DK 9000 Aalborg  
Tel +45 – 9940 9950 – Fax +45 - 9815 6542  
[learning@learning.aau.dk](mailto:learning@learning.aau.dk)  
[www.learning.aau.dk](http://www.learning.aau.dk)

## Indhold

Forord .....	3
Oplevelsesøkonomisk effektivitetvurdering.....	4
Projektets formål.....	6
Projektets økonomiske og menneskelige ressourcer .....	7
Økonomisk støtte, egne medarbejdere og konsulenter .....	7
KulturarvNord .....	7
Projektets resultater.....	9
Museet - Strandfogedgården .....	9
Stedet - naturformidling.....	11
Internetformidling .....	11
Projektets effekter.....	13
Lokalområdet og samfundet .....	13
Fremtidige projekter.....	13
Eksternt virksomhedssamarbejde .....	13
Konklusion .....	14
Litteratur.....	16

## Forord

Effektregnskabet for projektet *Rubjerg Knude – formidling af naturen med edutainment og sansning* er udarbejdet af forskningscenteret INCEVIDA, Aalborg Universitet 2012. Rapporten er gennemført i et samarbejde mellem INCEVIDA, KulturarvNord og Vendsyssel Historiske Museum & Historisk Arkiv (VHM).

Effektregnskabet tager udgangspunkt i en model for oplevelsesøkonomisk effektiv vurdering, som er udviklet af ApEx (Aalborg Universitet) i samarbejde med Manto A/S og InViO (Jessen m.fl. 2011). Der er blevet foretaget interviews/afholdt møder med projektets nøglepersoner fra VHM og personer med indgående viden om KulturarvNord. Desuden har der været adgang til forskelligt materiale vedrørende projektet, herunder regnskaber, projektansøgning, projektrapport, statistisk materiale og en brugerevaluering.

## Oplevelsesøkonomisk effektivurdering

Effektregnskabet for projektet *Rubjerg Knude – formidling af naturen med edutainment og sansning* tager udgangspunkt i en model for effektivurdering af oplevelsesøkonomiske projekter udviklet af ApEx i samarbejde med Manto A/S og InViO (Jessen m.fl. 2011).

Ifølge modellen effektivurderes oplevelsesøkonomiske projekter bedst ved at se på projekters *ressourcer, aktiviteter, resultater, brugerrettede effekter* samt *samfundsmæssige effekter* og sammenhængen mellem disse jf. nedenstående model.

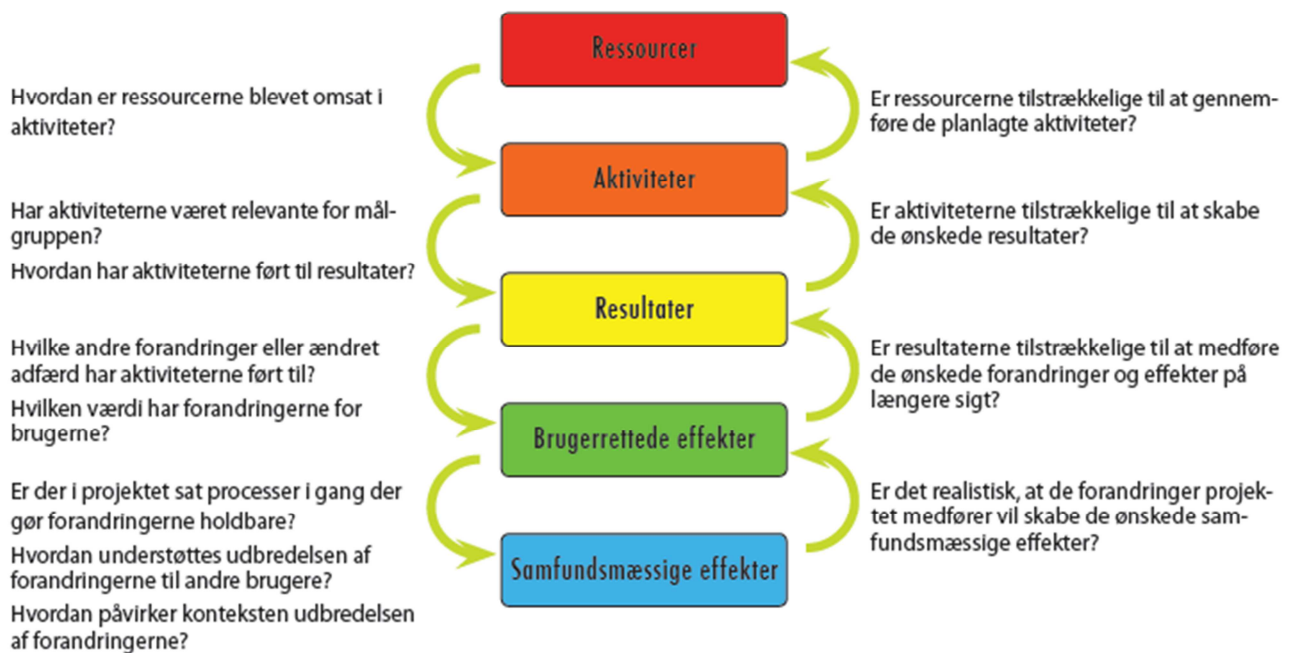
*Ressourcer*: dækker i denne sammenhæng over de forudsætninger, der betinger, at projektet kan realiseres, herunder økonomi i form af penge og tid, viden og kompetencer, teknologi, netværk og samarbejdspartnere.

*Aktiviteter*: omhandler de midler, der er til rådighed ift. opnåelse af de ønskede resultater og effekter, herunder eksempelvis workshops, konferencer, undersøgelser og analyser til konceptudvikling, kommunikation og videnopsamling.

*Resultater*: er konkrete produkter, som skabes via projektets aktiviteter.

*Brugerrettede effekter*: resultaterne af et projekt er en forudsætning for de brugerrettede effekter, som realiseres for målgruppen, herunder 'Økonomisk vækst' i form af eksempelvis højere omsætning, nye arbejdspladser, nye virksomheder, ny kapital og øget transport; 'Konkurrencekraft' som for eksempel innovation, nye produkter eller services, nye organisationsformer, nye samarbejdsformer, netværk og klynger; 'Attraktivt sted', hvilket omhandler gode oplevelsestilbud, udvikling af by/landskabsrum, styrket socialt fællesskab. Endelig kan brugerrettede effekter omhandle forbedring af rammevilkår for aktører inden for oplevelsesøkonomien.

*Samfundsmæssige effekter* dækker over dels regionaløkonomiske (iværksætteri, kreativitet, øget bosætning, attraktionskraft for erhvervslivet forstået som tiltrækning og fastholdelse af virksomheder, øget konkurrencedygtighed, effektivisering og internationalisering) og dels kulturelle effekter (dannelse, mening, identitet, sammenhængskraft i samfundet, øget velfærd og livskvalitet samt mangfoldighed) af projektet afhængigt af projektets formål.



Model for kriterier til effektvurdering (Jessen m.fl. 2011: 25).

Den følgende effektvurdering af projektet *Rubjerg Knude – formidling af naturen med edutainment og sansning* tager som nævnt i høj grad udgangspunkt i den beskrevne model. Til effektvurderingen anvendes de elementer i modellen, som er relevante for dette konkrete projekt.

## Projektets formål

Jf. projektbeskrivelsen (Vendsyssel Historiske Museum 2007) er formålene med projektet *Rubjerg Knude – formidling af naturen med edutainment og sansning* at:

*”(...) udvikle lærende oplevelser, der kan forøge gæsternes erkendelse og forståelse for naturens kræfter (...)*

*(...) koble formidling af den regionale natur- og kulturarv med anvendelse af nye interaktive medier og naturvidenskab for derigennem at skabe en moderne formidlingsplan for lærende oplevelser.*

*(...) skabe oplevelsesøkonomisk vækst – både direkte og afledt – gennem samarbejde mellem museet, vidensinstitutioner, de involverede medievirksomheder og det lokale turisterhverv”.*

Enkelte elementer og tiltag blev fastlagt i et forprojekt, som forløb 2006-2007. Derfor var et idéoplæg til udstillingen om naturen og kulturhistorien ved Rubjerg Knude samt enkelte elementer i selve udstillingen på forhånd udarbejdet.



## Projektets økonomiske og menneskelige ressourcer

### Økonomisk støtte, egne medarbejdere og konsulenter

Projektet støttet af Vækstforum udgør etape 2-3 af et samlet projekt i Rubjerg Knude. Etape 2-3 indledtes d. 23. oktober 2007 og blev afsluttet d. 28. februar 2010. Første etape blev gennemført via andre finansieringskilder og resulterede i åbningen af en del af udstillingen på Strandfogedgården og en øget mængde guidede ture i området (Vendsyssel Historiske Museum 2007; Vendsyssel Historiske Museum 2010).

Budgettet for etape 2-3 var oprindeligt på 3.266.664 kr., hvor støtten fra Vækstforum udgjorde 1.633.332 kr. Det faktisk realiserede budget var på 3.167.766,87 kr. og støtten fra Vækstforum på 1.583.833,45 kr. (Vækstforum 2012). Indregnes det samlede Rubjerg Knude-projekt inkl. etape 1, realisering af en handicap-egnet sti samt bevillinger til naturvejledere, bliver det samlede budget på ca. 7 millioner kr., som er hentet via diverse ekstern finansiering samt egenfinansiering. Til denne type af projekter skal Vendsyssel Historiske Museum & Historisk Arkiv (VHM) altid finde medfinansiering ved at søge eksterne fondsmidler, da museet udelukkende er i besiddelse af driftsmidler og ikke anlægsmidler.

Udregningen afhænger dog af, hvordan de forskellige udgiftsposter udregnes; eksempelvis hvordan VHMs egen indsats indregnes i form af uregistrerede arbejdstimer, egne håndværkere o. lign. Brugen af de museumsansattes egne arbejdstimer i sådanne projekter er altid problematisk, fordi arbejdstiden tages fra andre arbejdsopgaver, og fordi der er et begrænset antal museumsansatte til opgaverne. I dette tilfælde havde VHM de personalegrupper, der skulle bruges til at gennemføre projektet med undtagelse af overordnede udstillingsdesignere. Disse er derfor hyret eksternt.

Projektet indgik i et museumsnetværk ud over VHM bestående af Skagen By- og Egnsmuseum, Bangsbo Museum, Sæby Museum<sup>1</sup>, Skagens Museum, Læsø Museum, Try Museum, Kunstbygningen i Vrå og Nordjyllands Kunstmuseum (nu Kunsten). Derudover har væsentlige samarbejdspartnere været Nordjyllands Skovdistrikt, AM Production, CAT Production, Zenaria A/S, Zentropa Interaction, Geologiske Undersøgelser, Zoologisk Museum, ApEx (Aalborg Universitet), Toppen af Danmark, Hjørring Kommune, Frederikshavn Kommune, Læsø Kommune og Brønderslev Kommune.

Eftersom man var ivrige efter at komme i gang med arbejdet, valgte man på VHM at udforme projektet inden for den økonomiske ramme, som allerede fandtes i form af diverse ekstern finansiering. Der kunne være udformet et langt mere omfattende projekt med mere bistand fra eksterne konsulenter, hvis museet havde brugt tid på at søge flere midler hjem.

Den fremtidige drift af projektets igangsatte aktiviteter er sikret som en del af museets ordinære drift (Vendsyssel henvisning 2007: 1).

### KulturarvNord

Både i løbet af dette projektforsløb og løbende i arbejdet på VHM trækkes der hele tiden på museumsnetværket KulturarvNord (KAN) (KulturarvNord 2008). Det opleves som en væsentlig synergi, at flere projekter

<sup>1</sup> Efter fusion af Skagen By- og Egnsmuseum, Sæby Museum og Bangsbo Museum hører de nu alle under Nordjyllands Kunstmuseum.

i netværket kørt samtidig, selv om nogle af innovationsprojekterne<sup>2</sup> på de forskellige museer har trukket meget ud.

Af de igangsatte innovationsprojekter på museerne, som er en del af KAN, var projektet på VHM det første, der blev afsluttet. Dette skyldes, at meget vedrørende projektet var på plads på forhånd, og at VHM valgte ikke at vente på at skaffe flere penge.

VHM har både i forhold til dette og andre projekter stor glæde af at være en del af KAN. Den erfaringsopsamling, der er foregået i forbindelse med innovationsprojekterne blandt KAN-medlemmer, har bidraget til udvikling af kompetencer i forhold til projektgenerering, -ledelse og -styring.

Det har været en forudsætning for igangsættelsen af Vækstforum-projekterne i KAN, at de deltagende museer har udvist åbenhed og forståelse for deres rolle i regionens attraktionskraft. Projekterne er et forsøg på at tilføre museerne et kommercielt islæt i deres virke.

Der er dog også strukturelle barrierer for samarbejdet mellem museerne i KAN. Eksempelvis ses det på VHM som en fordel, hvis KAN-medlemmerne alle kunne indføre det samme it-system. Nogle af museerne er afhængige af kommunale it-afdelinger og kan/vil ikke lave deres egne it-løsninger, mens andre museer godt ville kunne/er villige til at indføre egne systemer. Samtidig er ikke alle museer lige langt i it-udviklingen; f.eks. har nogle lige indkøbt nyt it-netværk, og andre har besluttet at anvende bestemte løsninger. I KAN regi har indsatsen vedr. at nå frem til fælles it-løsninger indtil videre været forgæves, men med det igangværende smartphone projekt *iGuide - Digitalt forstærkede kulturarvsoplevelser*, som omhandler mobilapplikationer (Kulturstyrelsen 2011)<sup>3</sup>, er det for første gang lykkedes at skabe noget fælles i KAN på dette område.

---

<sup>2</sup> Innovationsprojekterne omfatter *Digitales II – Det svære valg* (Bangsbo Museum), *Skagen Odde Interaktions Projekt* (Skagen By- og Egnsmuseum), *Rubjerg Knude – formidling af naturen med edutainment og sansning* (Vendsyssel Historiske Museum & Historisk Arkiv), *Museet som kulturøkonomisk drivkraft i yderområdet* (Skagens Museum) samt Netværksplatform til kulturarvsklynge Nordjylland (KulturarvNord 2008).

<sup>3</sup> Hensigten med smartphone projektet er, at det skal munde ud i "en familie" af applikationer, som alle kommer til at omhandle kulturarv i Nordjylland.

## Projektets resultater

Formidlingsplatformen for lærende oplevelser består af tre oplevelsessituationer/oplevelsesmedier på hhv. museet, stedet og internettet. I de følgende afsnit ses der på, hvordan projektets forskellige produkter fungerer ud fra både brugernes og VHM-ansattes perspektiver.

### Museet - Strandfogedgården

Rammerne for den nye permanente udstilling er den gamle Strandfogedgård. Gennem lys, lyd, fysiske elementer, en tidsmaskine, et eksperimentarium, indretning, fotos, film, speaks og skrevne tekster er der skabt en platform for oplevelser, der kræver, at gæsterne aktivt interagerer. Nogle af elementerne er rettet mod børn, mens andre har de voksne gæster som målgruppe. Således sikres både børn og voksne den bedst mulige formidling af samme emner og har mulighed for at føre en dialog om oplevelserne. En brugerundersøgelse (ANEX 2009) bekræfter, at gæsterne på Strandfogedgården finder udstillingens formidling og indhold appellerende og gennemtænkt. Dette er også den klare opfattelse på VHM.

I brugerundersøgelsen konkluderes det, at:

*"(...) Udstillingen roses for sin varierende formidling, som fastholder publikums fascination og koncentration. Udstillingen lykkes også med formidling til meget forskellige besøgende. Den roses for at henvende sig til både børn og voksne på samme tid. Dermed får flere brugergrupper på samme tid en oplevelse på egne præmisser.*

*Udstillingen formår at levendegøre historien. Dermed opleves det formidlede som relevant og vedkommende.*

*Udstillingens udgangspunkt i gode historier er dens væsentlige styrke – ikke den nytænkende formidling i sig selv" (ANEX 2009: 10).*

Det kan dermed konkluderes, at projektets to første formål er opfyldt. Disse formål er som tidligere nævnt at: *"(...) udvikle lærende oplevelser, der kan forøge gæsternes erkendelse og forståelse for naturens kræfter (...)"* samt at *"(...) koble formidling af den regionale natur- og kulturarv med anvendelse af nye interaktive medier og naturvidenskab for derigennem at skabe en moderne formidlingsplan for lærende oplevelser"*.

Besøgstal<sup>4</sup> er jf. afsnittet 'Projektets formål' ikke hovedfokus i projektet. Besøgstal er alligevel genstand for analyse i det følgende med henblik på senere succes på området. Alt andet lige er de besøgende afgørende for, at museets tilbud får gavnlige effekter ift. lærende oplevelser.

På VHM er opfattelsen, at lokalbefolkningen har et stort kendskab til udstillingen på Strandfogedgården, hvorimod turisterne umiddelbart ikke er tilstrækkeligt bevidste om, hvad der tilbydes. Det fremgår også, at besøgstallet ikke kan siges at være steget som følge af projektet<sup>5</sup>. De samlede besøgstal på Strandfogedgården i årene 2006-2011 ser således ud: 2006: 4.879 besøgende, 2007: 6.085 besøgende, 2008: 6.756

<sup>4</sup> Deltagere på de arrangerede ture med naturvejlederen er inkluderet i besøgstallet, da turene starter og slutter på Strandfogedgården.

<sup>5</sup> Besøgstallet påvirkes af en række eksterne forhold såsom finanskrisen, hvorfor det er vanskeligt at måle projektets succes ud fra dette kriterium.

besøgende, 2009: 9.543 besøgende, 2010: 6.942 besøgende og 2011: 5.796 besøgende (Vendsyssel Historiske Museum 2012).

At turister har et relativt ringe kendskab til Strandfogedgården understøttes i brugerundersøgelsen:

*"Generelt har deltagerne et lavt brugerkendskab til alt andet end fyret på Rubjerg Knude. Det står ikke klart for brugerne, hvad de kan forvente gennem formidlingen på nettet og i udstillingen på Strandfogedgården"* (ANEX 2009: 10).

Turisterne, som alligevel har kendskab til Strandfogedgården, har ofte opnået dette kendskab på baggrund af, at Strandfogedgården er udgangspunkt for de mange ture, som udbydes (se afsnittet "Stedet - naturformidling" nedenfor). Det relativt begrænsede besøgstal kan begrundes i, at turister ofte har fokus på selve Rubjerg Knude, når de vælger udflugtsmål i området. På VHM har det været diskuteret at anvende betegnelsen "Rubjerg Knude udstillingen" i stedet for Strandfogedgården for at motivere turisterne til at starte deres besøg i området dér og benytte stiforbindelsen op til knuden.

Det forventes, at besøgstallet på Strandfogedgården vil stige i takt med, at kendskabet til museet udbredes. På trods af, at Strandfogedgårdens placering er ved den mest befærdede vej i området, er besøgstallet dog som nævnt stadig ikke steget som følge af projektet, hvilket VHM stiller sig undrende over for. Blandt andet kunne det forventes, at turister bliver opmærksomme på museet på baggrund af dets fysiske beliggenhed, som er, hvor turister færdes. Turisterne kan ikke spadserere hele vejen op til Rubjerg Knude men må parkere nede ved en nærliggende vej. For de turister, som kommer syd fra, vil det være oplagt at parkere ved Strandfogedgården.

Pt. findes der henvisningsmateriale til Strandfogedgården ved fyret, ligesom naturvejlederen og hjemmesiden forsøger at henvise folk til museet. Hjørring Kommune har desuden et projekt med en citybikerute, hvor der også er et stop ved Strandfogedgården samt annoncer på cyklerne. Kaffeservering er også afprøvet med henblik på at tiltrække besøgende, og der findes en brochure, som er distribueret til hoteller, campingpladser og turistbureauer.

Som tidligere nævnt i afsnittet 'KulturarvNord' deltager VHM i et projekt vedr. mobilapplikationer. I dette projekt er Rubjerg Knude ikke valgt i første omgang, da området indgår i EU projektet *Rekreative ruter* (Region Nordjylland, Regional Udvikling 2010). For Rubjerg Knude-området vil dette projekt betyde, at der laves en såkaldt "gateway" til områdets stisystemer, og at der udarbejdes en applikation om Rubjerg Knude. Via dette projekt henvises brugerne af applikationen og gatewayen således blandt andet til Strandfogedgården.

Forhåbningen er, at disse tiltag vil tiltrække flere besøgende, men man er på VHM opmærksom på, at der er flere barrierer for et øget besøgstal.

En væsentlig barriere er, at folk, der besøger området, i høj grad kan defineres som værende strandturister og ikke naturhistoriske turister, som ellers primært er den gruppe med interesse for udstillingen på Strandfogedgården. Dog modtages udstillingen meget positivt af alle grupper, som finder vej til Strandfogedgården. Dernæst er der begrænsede ressourcer til rådighed ift. markedsføring. VHM supplerer med markedsføring hvert år med de ressourcer, der er til rådighed. Yderligere er der muligvis så mange tilbud til rådighed for turisterne i området, at de må prioritere og vælger Strandfogedgården fra til fordel for andre tilbud.

Der peges på, at en begrundelse for, at besøgstallet ikke er steget på Strandfogedgården som følge af projektet, også kan være, at Strandfogedgårdens ydre udseende og museets faktiske tilbud til de besøgende er i konflikt. En bekymring er, at museet bedømt udefra opfattes som kedsommeligt frem for et gedigent formidlingssted. Opstilling af noget af den anvendte formidlingsteknologi helt henne ved indgangsdøren har været et forsøg på at overskride denne problemstilling, men en endelig løsning er endnu ikke fundet.

Der har desuden været og er til dels stadig en del polemik vedrørende brugen af betegnelsen "Strandfogedgården". Bekymringen vedrører turisternes mulige associationer, når de hører betegnelsen – at den ikke er dækkende ift. udstillingens indhold og formidlingen af dette, men at turisterne i stedet forestiller sig en mindre moderne udstilling. Det er blevet foreslået, at man i stedet anvender betegnelsen "Jens Thomsens gård" eller "Rubjerg Knude udstillingen", men der er ikke enighed om dette.

## Stedet - naturformidling

I forbindelse med projektet bevilligede Friluftsrådet midler til en naturvejleder, hvilket muliggjorde en forøgelse af antallet af guidede ture i området ved Rubjerg Knude. Tidligere har der været en naturvejleder fra Feriefonden tilknyttet, som blev finansieret stort set udelukkende af Feriefonden. Friluftsrådet finansierer i princippet 60 % af udgifterne til naturvejlederen – reelt dog kun ca. 50 %, mens VHM finansierer resten. Naturvejlederen har efter projektets afslutning fået andre arbejdsopgaver end opgaverne knyttet til udvikling og afvikling af de guidede ture, da turene er færdigudviklede og udelukkende forbundet med driftsopgaver.

VHM betragter de guidede ture som en meget stor succes hos lokalbefolkningen og turister. I sommerferieperioderne arrangeres der med stor tilslutning ture for bestemte målgrupper - eksempelvis børnefamilier. På VHM betegnes turene som værende en gevinst, men de er en relativt dyr form for formidling. Fra 2009-2011 er der sket en kraftig forøgelse i antallet af guidede ture i området omkring Rubjerg Knude; i 2008 blev der således afholdt 49 ture, i 2009: 69 ture, i 2010: 90 ture og i 2011: 91 ture (Vendsyssel Historiske Museum 2012).

De guidede tures popularitet bekræftes i brugerundersøgelsen:

*"Naturvejledningen opleves meget positivt af deltagerne. Her møder deltagerne gode historier og får dybere viden om den egn, kultur og natur de besøger"* (ANEX 2009: 10).

I området ved Rubjerg Knude blev der som en del af projektet opstillet 7 mobilposter. Der er en meget lav rate af opkald, og mobilposterne betragtes som værende relativt overflødige og teknologisk forældede. Desuden reklameres der ikke for mobilposterne, og det er derfor tilfældigt, om besøgende i området opdager deres tilstedeværelse. VHM har ikke udgifter til mobilposterne, da de varetages af Naturstyrelsen.

## Internetformidling

I forbindelse med projektet blev der lavet en hjemmeside om Rubjerg Knude og områdets historie (se [www.rubjergknude.dk](http://www.rubjergknude.dk)).

Hjemmesiden defineres som værende velbesøgt. I 2011 havde hjemmesiden således 17.228 besøgende mod 15.102 i 2010. Sammenlignet med 2010 var der i 2011 en stigning i antallet af besøg på 14 %, hvoraf

77 % var nye besøgende på hjemmesiden og 23 % tilbagevendende besøgende på hjemmesiden, dvs. disse besøgende havde besøgt hjemmesiden tidligere (Vendsyssel Historiske Museum 2012).

I brugerundersøgelsen roses hjemmesiden for at være informativ, spændende, veldesignet og moderne, om end der efterlyses et øget fokus på Rubjerg Knude Fyr (ANEX 2009: 16-17). Denne feedback bekræfter, at projektet lever op til sine formål vedr. at *"(...) udvikle lærende oplevelser, der kan forøge gæsternes erkendelse og forståelse for naturens kræfter (...)"* samt at *"(...) koble formidling af den regionale natur- og kulturarv med anvendelse af nye interaktive medier og naturvidenskab for derigennem at skabe en moderne formidlingsplan for lærende oplevelser"* jf. afsnittet "Projektets formål".

VHM varetager den daglige drift og vedligeholdelse af hjemmesiden men har ikke de fornødne kompetencer til at foretage gennemgribende ændringer af hjemmesiden. Det gælder både for hjemmesiden og anvendelse af anden avanceret teknologi, at der skal skaffes midler, hvis ydelserne skal leveres ude fra. På VHM findes der ikke en ansat, som kan bruge hele arbejdsdagen på den slags. VHM har kontakt til løst tilknyttede grafikere, som mod betaling kan kaldes ind.

## Projektets effekter

### Lokalområdet og samfundet

De nye oplevelsessituationer/oplevelsesmedier har afløst en tidligere udstilling, som VHM havde på selve Rubjerg Knude oppe ved fyret. I forbindelse med den tidligere udstilling fandtes et velbesøgt cafeteria med tilhørende arbejdspladser. På den måde kan projektet ikke siges at have positive afledte effekter for lokal-samfundet.

Med projektet er der dog grobund for vækst i lokalområdet, hvis VHM formår at synliggøre sine nye tiltag. På den måde kan lokalområdet positionere sig som et attraktivt sted for bl.a. turister, hvilket kan medføre øget omsætning. De nye samarbejdsformer og netværk, som er etableret i forbindelse med projektet i regi af KulturarvNord, er en klar positiv brugerrettet effekt, hvor brugeren defineres som VHM.

Umiddelbart er det vanskeligt at påvise, at projektet har medført samfundsmæssige effekter som defineret i afsnittet 'Oplevelsesøkonomisk effektiv vurdering'. Igen kan det dog fremhæves, at såfremt projektets innovative tiltag synliggøres, kan projektet være medvirkende til at positionere det omgivne samfund som et attraktivt område, hvilket kan virke fordrende for skabelse af identitet og sammenhængskraft, øget bosætning, attraktionskraft for erhvervsliv mv.

### Fremtidige projekter

På VHM har projektet betydet et øget fokus på og selvsikkerhed ift. at søsætte nye projekter. Erfaringerne fra *Rubjerg Knude – formidling af naturen med edutainment og sansning* er blevet og vil blive anvendt i efterfølgende projekter på museets afdelinger i Hirtshals, Mosbjerg og Hjørring.

Erfaringerne, som der er blevet og vil blive trukket på fra projektet i Rubjerg, drejer sig om alt fra kompetenceafklaring, teknologi/formidling, målgrupper, netværk og samarbejde med forskellige eksterne parter.

Yderligere betyder VHMs medlemskab af KulturarvNord, at VHM er en del af et netværk, som kan samarbejde om større projektansøgninger. Blandt andet er VHM sammen med andre medlemmer af KulturarvNord en del af projektet *iGuide - Digitalt forstærkede kulturarvsoplevelser* vedrørende mobilapplikationer (Kulturstyrelsen 2011), et projekt til etablering af et interregionalt kulturoplevelsesnetværk (IKON) (KulturarvNord 2008) samt det nordjyske netværksprojekt *Netværksplatform til kulturarvsklynge Nordjylland* (KulturarvNord 2008).

### Eksternt virksomhedssamarbejde

Projektet har i høj grad bidraget til øget kontakt mellem VHM og virksomheder, herunder leverandører, andre museer, vidensinstitutioner og turisterhverv. Fremadrettet ift. kommende projekter har man på VHM opnået en kompetenceafklaring vedr. både tekniske løsninger, konceptudvikling og udformning af ansøgninger om midler. På VHM har man således bedre overblik over, hvilke kompetencer, der er behov for i forbindelse med kommende projekter, hvilke kompetencer, der rådes over blandt egne medarbejdere, samt hvilke kompetencer der bedst rekvireres i eksternt.

## Konklusion

Effektregnskab for *Rubjerg Knude – formidling af naturen med edutainment og sansning* har vist, at projektet lever op til sine to første formål vedrørende at:

*"(...) udvikle lærende oplevelser, der kan forøge gæsternes erkendelse og forståelse for naturens kræfter (...)*

*(...) koble formidling af den regionale natur- og kulturarv med anvendelse af nye interaktive medier og naturvidenskab for derigennem at skabe en moderne formidlingsplan for lærende oplevelser."*

VHM har formået at opbygge en moderne formidlingsplatform for lærende og engagerende oplevelser relateret til Rubjerg Knude området. Den gode historie formidles på flere måder ved brug af både udstilling på museet, guidede ture og internettet. Interaktive medier er med stor succes en integreret del af formidlingen, og VHM har formået at stille både læring og underholdning centralt og engagere de besøgende, idet disse selv deltager aktivt under besøget.

De besøgende er begejstrede for, at de samme historier bliver formidlet flere gange på forskellige måder og med forskellige virkemidler, via dels forskellige elementer i udstillingen målrettet forskellige aldersgrupper på Strandfogedgården, dels guidede ture i naturen og dels internettet. De forskellige former for formidling virker fordrende for læring og for dialog på tværs af aldersgrupper, hvilket de besøgende vurderer som værende meget positivt.

Formidlingsplatformen, som blev udviklet i projektet, er for VHM blevet et forbillede for de udstillinger, som VHM planlægger at lave i fremtiden. Projektet har desuden bidraget med værdifulde erfaringer ift. fremtidige projekter. Dette gælder både projektplanlægning, brug af netværk og virksomhedssamarbejde. De andre museer i netværket KulturarvNord har været værdifulde sparringspartnere gennem projektførelsen, hvilket de også vil være i kontekst af andre projekter på VHM. Projektet har medført kompetenceafklaring vedr. både tekniske løsninger, konceptudvikling og udformning af ansøgninger om midler. Der er skabt et bedre overblik over, hvilke kompetencer der er behov for i forbindelse med kommende projekter, hvilke kompetencer, der rådes over blandt egne medarbejdere, samt hvilke kompetencer der bedst rekvireres i eksternt.

Markedsføringen af især udstillingen på Strandfogedgården kan med fordel optimeres, da kendskabet til tilbuddene er begrænset hos specielt turister. På VHM er ressourcerne til markedsføring begrænsede, men forskellige nye markedsføringsmæssige tiltag er undervejs. På VHM er forhåbningen, at disse gradvist kan tiltrække flere besøgende.

Opfyldelse af projektets tredje formål at: *"(...) skabe oplevelsesøkonomisk vækst – både direkte og afledt – gennem samarbejde mellem museet, vidensinstitutioner, de involverede medievirksomheder og det lokale turisterhverv"* er vanskeligere at dokumentere.

Umiddelbart er der ikke sket en økonomisk vækst i lokalområdet som følge af projektet, men det er vanskeligt at konkludere noget endegyldigt vedr. dette så relativt kort tid efter projektets afslutning. Det vurderes dog som værende realistisk, at projektet potentielt kan medføre oplevelsesøkonomisk vækst. Erfaringerne fra projektet vil blive videreført i fremtidige projekter, hvor oplevelsesøkonomi vil være i fokus. Dermed er



der grobund for vækst, ligesom øget samarbejde med eksterne virksomheder, hvilket projektet ligeledes har skabt grundlag for, er med til at skabe vækst i bred forstand. Yderligere kan en øget synliggørelse af projektets resultater potentielt medføre positive brugerrettede og samfundsmæssige effekter i form af økonomisk vækst i lokalområdet, skabelse af identitet og sammenhængskraft, øget bosætning, attraktionskraft for erhvervslivet.

## Litteratur

ANEX (2009): *Formidlingsprojektet Rubjerg Knude – Undersøgelse af de besøgendes møde med formidlingen på Rubjerg Knude*. Vendsyssel Historiske Museum september 2009

Jessen, Line Bjerregaard m.fl. (2011): *Oplevelsesøkonomisk effektivt vurdering – Model og eksempler*. ApEx analyser #3. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag

KulturarvNord (2008): <http://www.kulturarvnord.dk/>

Kulturstyrelsen (2011): *Tilskud til formidling på museerne 2011*  
<http://www.kulturarv.dk/museer/museumsdrift/oekonomi/puljer/udvikling-af-formidling/uddelt-fra-puljerne/tilskud-til-formidling-paa-museerne-2011/>

Region Nordjylland, Regional Udvikling (2010): <http://www.rekreativeruter.eu/>

Vendsyssel Historiske Museum (2007): *Ansøgning om tilskud, Regionalfonden – Bilag 1*.

Vendsyssel Historiske Museum (2010): *Rubjerg Knude – formidling af naturen gennem edutainment og sansning 2007-2010*. Projektrapport udarbejdet af Vendsyssel Historiske Museum 2010

Vendsyssel Historiske Museum (2012): Statistiske opgørelser vedr. div. besøgstal til brug i nærværende rapport er fremsendt direkte af Vendsyssel Historiske Museum

Vækstforum 16. maj (2012): Skrivelse fra Vækstforum til Vendsyssel Historiske museum, J. nr. 2011-112985